



Migliorare drasticamente la Qualità del servizio, per esempio, comprendendo e misurando le dimensioni qualitative che generano elevata soddisfazione, è un imperativo anche per le aziende manifatturiere per differenziare la

propria offerta rispetto alla concorrenza e puntare sul “valore” percepito dal cliente.

Le aziende riservano poi molta attenzione al change management, sia come richiesta di formazione manageriale d’aula sia come interventi di formazione aziendale, in quanto è alla base del successo duraturo di qualsiasi progetto di miglioramento.

Anche l’innovazione sistematica è percepita come uno degli strumenti principali per costruire un vero vantaggio competitivo, duraturo in azienda. Per questo motivo abbiamo messo a punto il nuovo master “Systematic Innovation”, un percorso modulare di apprendimento e certificazione Matriz delle tecniche e strategie Triz, con la docenza del professor Sergei Ikoenko, esperto internazionale del Mit e autorità del settore.

Ovviamente la formazione da sola non aiuta il management a superare le difficoltà ma può fornire ai manager una strategia vincente a fronte di mercati sempre più competitivi. In questo periodo essere attenti alla formazione è una sfida e anche il Gruppo Galgano è consapevole di dover dimostrare ai propri clienti il valore prodotto dall’investimento fatto in formazione. Per questo motivo, sempre di più nell’ambito dei nostri progetti, il cliente richiede di monitorare con sistemi più rigorosi l’impatto prodotto dalla formazione in termini di apprendimento, di applicazione nell’ambito del proprio lavoro e d’implementazione dei concetti appresi in aula. Su questo fronte la Galgano da anni collabora con uno dei massimi studiosi mondiali di questo tema, l’americano Jack Phillips, esperto nel Roi della formazione.

Sul tema della “diversità” oggi realizziamo programmi formativi e consulenziali specifici con particolare attenzione alle diverse culture e alla valorizzazione/gestione dell’esperienza dei senior finalizzata anche al trasferimento delle competenze e all’integrazione delle figure junior.

Una formazione che si fa quasi consulenza

di Marco Mantoan, responsabile Consulenza e Formazione **Anfia Service**

Lo stato di salute della formazione, in base all’esperienza di **Anfia Service** – società di servizi di **Anfia** (Associazione Nazionale Filiera Industria Automobilistica) specializzata in formazione e consulenza per le imprese automotive – è tornato a essere più che buono, dopo la parentesi critica del 2009.



Sul versante metodologico, sono sempre più frequenti le richieste di corsi *in-house* – anche in conseguenza del crescente ricorso alla formazione finanziata – e di *blended learning*. Questo indica una forte tendenza alla personalizzazione: le imprese chiedono di adeguare i contenuti dei corsi ai loro bisogni specifici, con percorsi ad hoc modellati anche in base alla tipologia dei loro prodotti e attività. In alcuni casi, la formazione sfuma quasi nella consulenza, calandosi pienamente nelle attività pratiche a cui deve essere applicata. Questo vale soprattutto per i corsi dedicati alle metodologie di progetto e di processo.

Sul versante tematico, l’*expertise* sui temi della Qualità, in target con l’area tecnico-produttiva delle aziende, continua a costituire un punto di forza: dai sistemi di gestione per la Qualità, alle metodologie come Spc - Statistical Process Control e Fmea - Failure Mode and Effects Analysis, fino ai temi dell’efficienza produttiva (5S, Tpm - Total Productive Maintenance, Lean Six Sigma). Cambiamento e innovazione nell’organizzazione della produzione e dei processi in generale restano sicuramente centrali, come dimostra il successo dei corsi dedicati al Lean management.

La maggiore preoccupazione di un manager in questo momento è resistere sul fronte produttivo. Il sistema delle economie aperte, nella fase attuale, delinea una realtà del tutto fuori controllo, sotto la minaccia costante di nuove perturbazioni potenzialmente provenienti da qualsiasi parte del sistema.

Chi passa da una grande a una piccola impresa, poi, deve imparare a reinterpretare il proprio modello manageriale adeguandolo alla nuova realtà. Pochi sanno che al decrescere delle dimensioni dell’azienda, le risorse formative, tecniche e gestionali diminuiscono, mentre aumenta l’efficacia dei processi di comunicazione interna.

